其三，环境系统优化与融合借力。一是严格公共数据认定标准，在实践中准确把握数源主体的服务性、数据内容的公共性和数据价值的公益性，明晰公共数据界限。一方面，持续促进公共数据的共享开放；另一方面，避免公共数据概念泛化对私人领域数据要素流通造成冲击，致使数据要素价值受损。二是依托政府开放数据网站、公共数据资源平台等，畅通数据获取的途径，简化数据获取的手续，透明数据获取的流程，发布并及时更新公共数据资源目录，对开放数据的字段、数量、格式、时间等信息作详细说明，降低数据获取的门槛与成本。三是探索政府主导的公共数据资源政企合作开发利用模式，借助市场的敏锐性与灵活性洞察和开拓公共数据的丰富应用场景，挖掘更大规模的公共数据需求，以需求牵引供给，从而实现公共数据的“供需两旺”，促进公共数据资源的最优配置和价值最大释放。

激活文化数据要素，促进新型文化消费

樊振佳
（南开大学商学院信息资源管理系，天津 300071）

DOI：10.31193/SSAP.J.ISSN.2096-6695.2024.04.02

党的二十届三中全会是在以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业的关键时期召开的一次十分重要的会议。新一代信息与通信技术在文化市场广泛应用，催生新型文化消费新业态，其高质量发展将为中国式现代化的发展提供强大的动力。数字化时代，文化市场蕴含着丰富且多元的数据资源，这些资源不仅是文化传承与创新的基石，更是推动新型文化消费蓬勃发展的关键要素。激活文化数据要素，促进新型文化消费高质量发展，已成为满足人民群众日益增长的精神文化需求、推动文化产业高质量发展的重要途径。新型文化消费是来自图书情报、公共文化、产业经济学等多个学科共同关注的前沿课题，有必要系统考察并提炼其关键影响因素框架与演化规律，科学审视当前相关制度供给逻辑，结合新阶段文化消费现实情境构建可持续的对策路径。该领域的研究可以为国家“十五五”时期乃至更长时期内，推进我国文化消费领域高质量发展提供参考，兼具理论创新价值和实践参考意义。

激活文化数据要素，需要强化技术创新与应用。利用大数据、云计算、人工智能等现代信息技术，对文化数据进行深度挖掘与分析，可以揭示文化消费的新趋势、新热点，为文化产业的创新发展提供有力支撑。同时，通过构建数字化、智能化的文化服务平台，实现线上线下融合的文化消费场景，为消费主体提供更加便捷、高效、沉浸式的文化消费体验。

关注新型文化消费主体及其消费能力，并将其获得感作为制度建设的根本出发点，是做好新

［作者简介］樊振佳（ORCID：0000-0003-4966-6965），男，副教授，研究方向为信息社会问题、数据治理，Email：fanzhenjia@nankai.edu.cn。

型文化消费的重要保障。针对新型文化消费主体的能力框架构建及基于文化数据要素场景融合的利益相关者关系揭示，有望提升新型文化消费理论的解释力，弥补传统理论视角对文化数据要素价值和消费主体能力整体性观照不足的局限。此外，以新型文化消费数据要素属性为切入点，调研文化消费数据价值激活的相关及潜在制度场景逻辑和数据市场配置逻辑，寻求效率提升策略，也是激活文化市场数据要素的应有之义。考察新型文化消费的行动者角色及其互动关系，形成整合不同行动者的协同对策，从整体性层面构建文化消费机制，为文化事业相关规划提供预研参考，是当下新型文化消费的关键任务。

围绕以新型文化消费提升为导向，如何构建创新性的概念框架并构建面向多元场景融合的能力提升路径这一核心问题，如下任务有望成为未来一段时期的核心议题。

其一，新型文化消费能力概念框架提炼。立足文化数据要素市场属性和文化消费主体需求，提取新型文化消费的表现维度、影响因素及其关联关系，形成新型文化消费能力概念；梳理文化消费场景与数据要素的理论耦合，探究基于消费主体立场的新型文化消费能力概念框架。

其二，新型文化消费能力模型构建及其成熟度测度。基于田野调查获取的质性材料，分析新型文化消费主体的能力表现维度及关联因素；结合新型文化消费概念框架提出关联因素的基本假设并基于实证数据，构建新型文化消费能力模型。结合实证数据提取新型文化消费能力关键关联因素，确定分类分级标准，揭示新型文化消费能力成熟度，并选取典型案例开展行动研究，作为新型文化消费能力成熟度提升与相关要素演化的参考依据。

其三，多元场景新型文化消费的适配分析及典型实践调研。在分析影响机理基础上，结合文化消费场景分析，探析新型文化消费的优化路径，通过数据要素动员结构方程模型路径与组态路径的对比推衍，探索新型文化消费能力演化路径。同时对文化数据要素激活的典型案例等情况开展调查，考察现有文化消费的制度性话语与相关实践的路径依赖及合法性来源，研究面向场景融合的新型文化消费的内在治理逻辑，以及其对多元场景融合的新型文化消费适用性及可持续性。

其四，新型文化消费行动主体角色职能与制度逻辑探讨。依据新型文化消费影响因素反推行动主体，从不同利益相关者视角出发，分析不同行动主体的角色和职能，探讨多元主体制度协同推进新型文化消费治理的方式，特别是作为具有能动性的行动者，文化消费主体如何实现与文化供给主体的互动，作为协调行动主体行动及方式的参考依据。

其五，新型文化消费能力提升的机制设计与优化。以新型文化消费能力模型、治理能力成熟度和不同行动主体角色为依据，设计面向多元利益主体的纵向演进与横向协同的新型文化消费能力提升机制。同时，基于对真实案例的行动研究，结合模拟仿真工具对治理要素及其关联进行分析，进而揭示治理机制优化路径，推动文化数据要素价值释放与动态激活。

以新型文化消费能力作为文化消费机制设计的依据，通过消费能力影响因素反向推演相关主体的角色、职能及其协同机制，有望通过融合经验逻辑与实践逻辑的研究思路来实现对新型文化消费问题的探索性创新。激活文化数据要素，促进新型文化消费，是文化产业发展的必然趋势和重要方向。面向未来，学界和业界要紧抓数字化机遇，深入挖掘文化数据要素的价值潜力，以人的能力为出发点，来有效推动文化产业的转型升级和高质量发展。